

5 MANIEREN OM MET JOUW PRODUCT IN HET WINKELMANDJE TE BELANDEN

Was je doelgroep voorheen nog meerdere keren per week in de supermarkt en speciaalzaak te vinden en gevoelig voor het kopen van extraatjes, nu is dat wel anders. De boodschappen worden één keer per week binnengehaald en mensen willen zo snel mogelijk weer die supermarkt uit. Funest dus voor impulsaankopen.



THUIS IS HET NIEUWE UIT ETEN

Het goede nieuws: mensen zijn meer thuis en gaan het daar gezellig maken. Dit is de ideale tijd als foodmerk om jouw omzet te laten groeien. Niet uit eten kunnen gaan, geen drankje op een terrasje buiten de deur, het verplaatst allemaal naar in en om het huis. Er wordt meer gekocht, er wordt meer besteed aan lekker eten en dus moet jij zorgen dat je in dat winkelmandje ligt tijdens de wekelijkse boodschappen. Als je niet zichtbaar bent, gaat de omzet zo aan je neus voorbij. Killing voor je business.



5 MANIEREN OM MET JOUW PRODUCT IN HET WINKELMANDJE TE BELANDEN

Zorg ervoor dat jij op het boodschappenlijstje terecht komt! Geen algemene omschrijvingen zoals pasta, koek, olie of groenten. Nee, echt de merknaam erbij. Jij wilt de voorkeurspositie hebben en als eerste uit het schap worden gepakt. Hoe je dat doet? Ik geef je 5 tips om met jouw product in het winkelmandje te belanden!

1: VAL OP!

‘Ja dūh’ zul je denken maar hier begint het wel mee. Doe jij al alles om on top of mind te blijven? Benut je al je kanalen en bereik je je doelgroep? Zorg dat er samenhang is en dat je voldoet aan de behoefte van je doelgroep: vertrouwen in deze onzekere tijd.



2: HERKENBAARHEID

Is jouw merk uniek? Weten mensen waaraan ze je kunnen herkennen en komt dat ook steeds terug in je uitingen. Af en toe eens een recept posten is niet voldoende, Zorg ervoor dat jouw unieke kenmerken steeds terugkomen. Een goed voorbeeld hiervan is Magioni. Alle uitingen die ze doen zijn in een bepaalde herkenbare stijl. Ze gebruiken humor in hun communicatie maar ook het persoonlijke komt goed naar voren zodat de doelgroep zich kan identificeren met het merk. En dat zorgt voor een gevoel van erbij willen horen!



3: GEEF VOLDOENDE OPTIES



Is er wel genoeg bekend wat je allemaal kunt met je product? Misschien is het voor jou zo klaar als een klontje dat je product heel veelzijdig is maar weet je doelgroep dat ook? Geef dus voldoende toepassingen mee. Dit zorgt gelijk voor afwisseling in je content. Boska doet dit heel goed. Hun producten laten ze ook in een andere setting zien zoals een cheese baker waar een appeltaartje in is gebakken. Dit laat zien dat een product niet altijd alleen maar gebruikt hoeft te worden voor hetgeen het bedoeld is en dat er dus veel meer mee mogelijk is!

4: LET'S GET PERSONAL

Juist nu zijn mensen geïnteresseerd in elkaar. Maak daar gebruik van door jezelf te laten zien. Wat zijn de kernwaarden van je bedrijf, wat is je intentie en wat doe jij tijdens deze crisisperiode? Laat jij dat al genoeg zien? Maak je doelgroep onderdeel van je merk door ze erbij te betrekken. Hier kun je perfect Instagram stories voor inzetten bijvoorbeeld. Laat zien wat er achter de schermen gebeurt, hoe de lunch op kantoor (of nu juist vanuit de home office) eruit ziet en hoe jouw bedrijf omgaat met deze rare tijd.



HET INGREDIËNT

strategisch advies voor merken met lef

5: INTERACTIE

Ken jij je doelgroep echt? Reageer je amper op posts met je merk of krijgen je volgers standaard dezelfde reactie. Houd goed in gedachten hoe je wil dat je doelgroep jou ziet en speel daarop in door de interactie aan te gaan. Alleen maar zenden is zinloos. Laat zien dat je om je doelgroep geeft! Zo deelt Bettine bijvoorbeeld altijd de recepten die volgers maken in de stories.



OPVALLEN EXCLUSIVITEIT ORIGINALITEIT RODE DRAAD LEF

Wil jij meer weten over (online) opvallen en zorgen dat je meer omzet binnenhaalt tijdens deze crisis? Neem dan vrijblijvend contact met me op om te onderzoeken hoe ik je kan helpen.



Het Ingrediënt
Debbie Bodewes

info@hetingredient.nl
www.hetingredient.nl
tel. 06-28917571
KvK 70430292

HET INGREDIËNT

strategisch advies voor merken met lef